



## Formation et esprit d'entreprendre chez les étudiants

B. Branchet, J.P. Boissin, Annette Casagrande, J. Arlotto, M. Cesar, C. Dervaux, E. Legrand, P. Tremenbert

### ► To cite this version:

B. Branchet, J.P. Boissin, Annette Casagrande, J. Arlotto, M. Cesar, et al.. Formation et esprit d'entreprendre chez les étudiants. 2009, 25p. halshs-00528819

**HAL Id: halshs-00528819**

**<https://shs.hal.science/halshs-00528819>**

Submitted on 22 Oct 2010

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées à la Gestion\_ U.M.A. C.N.R.S. 5820

## **CAHIER DE RECHERCHE n°2009-17 E4**

Formation et esprit d'entreprendre chez les étudiants

**BRANCHET Bénédicte**  
**BOISSIN Jean-Pierre**  
**CASAGRANDE Annette**  
**ARLOTTO Jacques**  
**CESAR Michel**  
**DERVAUX Catherine**  
**LEGRAND Erika**  
**TREMENBERT Pierre**



Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble 2  
150 rue de la Chimie – BP 47 – 38040 GRENOBLE cedex 9  
Tél. : 04 76 63 53 81 Fax : 04 76 54 60 68



Nous remercions pour leur collaboration Servane DELANOË (ESC Rennes School of Business), Vincent LAGARDE (Maison de l'Entrepreneuriat de Limoges), Muriel LEDUC et Nathalie SCHIEB-BIENFAIT (Maison de l'entrepreneuriat de Nantes).

## Résumé

*Cette contribution s'attache à étudier le lien entre esprit d'entreprendre et domaine d'études chez les étudiants français. L'esprit d'entreprendre est le substrat dans lequel peut germer l'intention qui pourra donner lieu à une création d'entreprise. Nous choisissons de l'appréhender à partir d'une grille de lecture dérivée du modèle psychosocial du comportement planifié d'Ajzen, enrichie par des variables reflétant l'implication dans la vie associative et les opinions sur les formations à la création d'entreprise. Sur un échantillon de 2500 étudiants français, nous montrons que les croyances entrepreneuriales sont peu influencées par le domaine d'études ; les différences sont un peu plus marquées au niveau des croyances de contrôle que des valeurs professionnelles ou de la vision de l'entrepreneuriat, mais restent toutefois limitées. Nous mettons en évidence quatre facteurs structurants de l'esprit d'entreprendre (implication dans une future vie professionnelle ; capacité perçue ; différents types de vision de l'entrepreneuriat ; choix de vie professionnelle et leurs effets sur l'éloignement par rapport à l'entrepreneuriat) qui sont bien plus importants que le domaine d'études. Enfin nous mettons en perspective ces résultats et concluons sur comment la nature de l'impact du domaine d'études sur l'esprit d'entreprendre pourrait influencer le contenu des formations à la création d'entreprise mises en place pour un public d'étudiants.*

## Mots clés

Croyances entrepreneuriales, esprit d'entreprendre, entrepreneuriat, intentions entrepreneuriales, création d'entreprise

La création d'entreprise est l'un des facteurs clé de la vitalité et de la bonne santé future d'une économie ; or, la France n'est pas réputée, a priori, pour son dynamisme entrepreneurial. Ce fait est illustré par une mesure de l'activité entrepreneuriale calculée par le Global Entrepreneurship Monitor, le TEA<sup>1</sup>, qui, pour 2007, s'établit à 3.2 % pour la France, l'un des plus faibles taux sur les 42 pays observés. Comprendre les raisons de la faiblesse du taux français est l'un des enjeux nationaux actuels. Cette question peut être abordée à partir de nombreux angles. Nous avons choisi, dans cette contribution, d'étudier la phase amont de la création, et plus précisément l'esprit d'entreprendre, substrat dans lequel peut germer l'intention qui pourra donner lieu à une création d'entreprise.

Ces dernières années, en France, se sont succédés réformes économiques et plans de développement de la culture entrepreneuriale susceptibles de favoriser à moyen terme la

---

<sup>1</sup> Total Entrepreneurial Activity, proportion de la population âgée de 18 à 64 ans en train de créer ou ayant créé une entreprise depuis moins de 42 mois

croissance de la création d'entreprise, en particulier celle liée à des démarches contraintes (créer son propre emploi). Les étudiants, par le biais de mesures spécifiques telles que la création de Maisons de l'Entrepreneuriat (Boissin, 2006) qui diffusent des formations à la création d'entreprise, ont été une cible privilégiée du développement de l'esprit d'entreprendre. Dans cette contribution, nous étudierons l'esprit d'entreprendre chez les étudiants et, plus précisément, nous chercherons à voir comment cet esprit d'entreprendre est influencé par le domaine d'études des étudiants. Après avoir esquissé le cadre théorique qui sous-tend ces travaux et explicité la méthodologie suivie, nous observerons dans une troisième section l'impact du domaine d'études sur une composante de l'esprit d'entreprendre, les croyances entrepreneuriales, avant de nous intéresser, plus globalement, dans une quatrième section, aux éléments qui structurent l'esprit d'entreprendre. Enfin nous conclurons cette contribution en mettant en perspective les résultats issus des troisième et quatrième sections et en suggérant comment la nature de l'impact du domaine d'études sur l'esprit d'entreprendre devrait influencer le contenu des formations à la création d'entreprise mises en place pour un public d'étudiants.

## **1 CADRE THÉORIQUE**

Pour cerner et définir l'esprit d'entreprendre, cœur de cette contribution, nous nous appuyons sur les travaux de Léger-Jarniou (2001) qui distingue entre esprit d'entreprise et esprit d'entreprendre. Le premier renvoie « à un ensemble d'attitudes générales positives vis-à-vis de la notion d'entreprise et de celle d'entrepreneur alors que l'esprit d'entreprendre est davantage relié à la prise d'initiative et à l'action. (...) Les individus [possédant un esprit d'entreprendre] n'ont pas nécessairement l'intention ou le désir de créer une entreprise ni même d'avoir une carrière entrepreneuriale. (...) L'esprit d'entreprendre est requis dans une multitude de situations, bien-au delà de la seule création d'entreprise. »

Clairement, en observant une population d'étudiants, nous positionnons cette contribution du côté de l'esprit d'entreprendre : c'est la phase en amont de la création d'entreprise que nous observons, c'est-à-dire la nature et la structure des antécédents de l'esprit d'entreprendre, sur deux publics particuliers, les étudiants en sciences humaines et sociales et ceux inscrits en sciences exactes. Nous avons donc pour but ici d'éclaircir les déterminants de l'esprit

d'entreprendre, en observant, en particulier, s'il y a un impact du domaine d'études sur celui-ci.

Pour appréhender l'esprit d'entreprendre, phase en amont de la création d'entreprise et de l'intention de créer une entreprise, nous avons choisi de nous inspirer du modèle d'intention d'Ajzen (1987 ; 1991), la théorie du comportement planifié, développé dans le domaine psychosocial et qui nous permet de structurer notre approche en trois grandes familles de croyances. Nous enrichirons la base issue de cette théorie, par deux dimensions (appartenance à des associations, avis sur une formation à la création d'entreprise) qui, au-delà des antécédents selon Ajzen de l'intention, permettent de cerner l'esprit d'entreprendre. Nous revenons donc, dans un premier temps, sur la théorie du comportement planifié, avant de positionner notre problématique par rapports aux principaux résultats d'études empiriques de la littérature réalisées dans ce domaine.

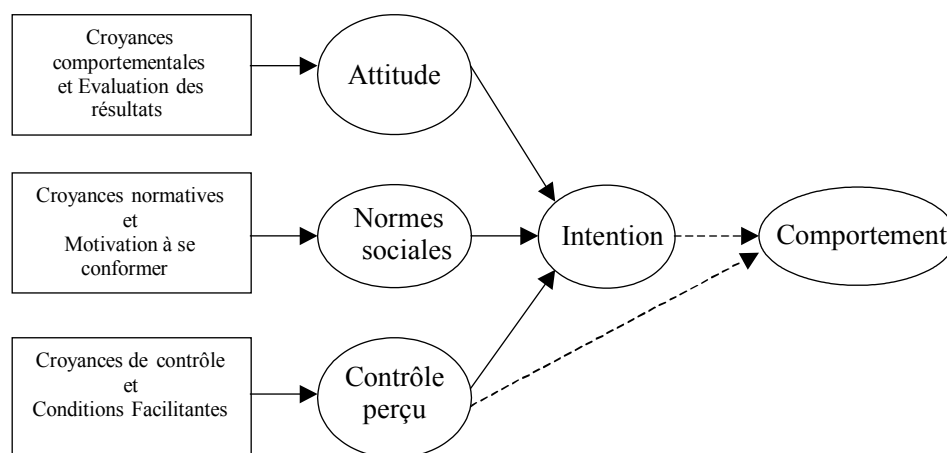
### 1.1 THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉE

Selon la théorie du comportement planifié, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations qui influencent le comportement. Elle postule que l'intention d'un individu est déterminée par trois éléments :

- Son attitude à l'égard du comportement concerné : elle renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement (Ajzen et Fishbein, 1980) et, pour notre étude, repose sur les valeurs professionnelles de l'étudiant (i.e. les caractéristiques professionnelles qu'il valorise) et sa vision de l'entrepreneuriat (i.e. les besoins qu'il juge satisfaits par l'acte entrepreneurial).
- Sa perception des normes sociales : celles-ci font référence à la pression sociale perçue qui incite (ou n'incite pas) à mettre en place le comportement observé. Parallèlement, l'intention de créer une entreprise est d'autant plus forte que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable. Nous prendrons en compte ces deux approches dans notre étude : les normes sociales seront définies par le degré d'approbation de l'environnement social et par la désirabilité (au sens de Shapero : degré d'attrait qu'un individu ressent envers le comportement observé) perçue de créer une entreprise (Shapero et Sokol, 1982). Notons que ce dernier concept, la désirabilité, peut être rapproché à la fois des éléments d'attitude et de ceux liés à la norme sociale : en effet, nous pourrions dire que la désirabilité est influencée par les premiers et agit sur l'intention parmi et à travers les seconds.

- Le contrôle qu'il pense avoir sur la situation, c'est-à-dire la perception qu'a l'individu des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement étudié, ou, plus spécifiquement, de la perception de la présence ou de l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaires pour réaliser ce comportement (Ajzen et Madden, 1986). Ce contrôle comportemental perçu peut être rapproché des concepts de faisabilité (Shapero : degré avec lequel la personne pense pouvoir mener à bien la création d'une entreprise) et d'efficacité personnelle perçue qui renvoie, soit à la confiance qu'a la personne en elle-même pour mener à bien les tâches nécessaires à l'obtention d'un résultat donné (Bandura, 1977), soit à l'opinion qu'a la personne sur sa capacité à mettre en œuvre les différents éléments d'une stratégie planifiée adéquate pour faire face à une situation à venir (Bandura, 1982). Ajzen (2002) a insisté sur les différences entre contrôle comportemental perçu et efficacité personnelle perçue. Toutefois, l'efficacité personnelle s'est révélée pertinente, à la fois sur les plans théoriques et empiriques, pour bon nombre de problématiques dans les domaines de la gestion et de l'entrepreneuriat en particulier (Hackett et al. (1993), Bandura (1986) et Lent et al. (1994), cités par Krueger et al. (2000)) et nous la retenons dans notre étude.

Ces trois grands types d'éléments se manifestent à travers des croyances comportementales, normatives et de contrôle. Le schéma suivant (schéma 1) montre le modèle qui sous-tend l'intention, construit à partir de ce qui précède et qui nous permet d'appréhender une partie de l'esprit d'entreprendre à travers ces trois types de croyances entrepreneuriales.



Source : adapté de Ajzen (1987, 1991)

**Schéma 1**

## 1.2 PRINCIPAUX RÉSULTATS EMPIRIQUES DU DOMAINE DANS LA LITTÉRATURE

Dans la littérature, de nombreux auteurs ont utilisé des modèles d'intention inspirés du modèle d'Ajzen pour expliquer la création d'entreprise, notamment auprès des étudiants, pour cerner l'intention de créer ; citons, par exemple, Kolvereid, 1996 ; Tkachev et Kolvereid, 1999 ; Krueger et al., 2000 ; Tounes, 2003 ; Audet, 2004 ; Boissin, Chollet, Emin, 2008. Certes, le caractère prédictif des modèles d'intention fait l'objet de critiques ; celles-ci ont moins de poids si la théorie du comportement planifié s'applique à des comportements où la volonté de l'acteur joue un grand rôle, ou, pour lesquels, le délai entre l'intention et la réalisation est court. Il reste vrai que les intentions entrepreneuriales ne relèvent d'aucun de ces deux cas. Toutefois, le recours à ce modèle reste utile dans la mesure où il permet de mieux comprendre les ressorts de l'intention entrepreneuriale et de mettre en évidence les éventuels points faibles et utilement actionnables, et ce d'autant plus que les travaux précédemment cités ont vérifié la pertinence des trois types de croyances entrepreneuriales du modèle du comportement planifié. Les croyances d'attitude et croyances de contrôle sont mises en évidence dans toutes ces études, le rôle des croyances normatives n'est, lui, pas vérifié dans toutes ; notons que ces résultats reposent sur des méthodes de régression. Parallèlement à ces travaux sur l'intention d'entreprendre, nous utiliserons donc dans cette contribution ces trois types de croyances pour caractériser une partie de la nature de l'esprit d'entreprendre.

D'une manière plus générale, de nombreuses études empiriques existent se focalisant sur les antécédents de l'esprit d'entreprendre : au-delà de celles citées dans le paragraphe précédent qui sont plus spécifiquement sur l'intention, nous retenons en particulier certaines qui cherchent à établir des liens entre formation à l'entrepreneuriat et esprit d'entreprendre : Bachelet, 2004 ; Harshorn et Hannon, 2002 ; Leicht et Harrisson, 1999, par exemple. Beaucoup se déploient sur des terrains homogènes en termes de domaine d'études (de manière assez récurrente, les étudiants d'une école d'ingénieurs par exemple pour les deux premières citées dans la phrase précédente, ou ceux d'une école de commerce, pour la troisième et la majorité de celles citées dans le paragraphe précédent). Nous voulons, dans cette contribution, certes, mieux comprendre ce qui structure l'esprit d'entreprendre, mais surtout, comparer les effets du domaine d'études sur l'esprit d'entreprendre, voir en particulier si le domaine d'études engendre des différences au niveau des croyances entrepreneuriales, une des composantes de l'esprit d'entreprendre. Est-ce qu'un environnement et des formations a priori plus orientées business et monde de l'entreprise, pris au sens large, entraînent des

croyances entrepreneuriales plus favorables qu'une filière scientifique, plus éloignée a priori du domaine de l'entrepreneuriat, ne le fait ?

## **2 MÉTHODOLOGIE ET DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON**

### **2.1 MÉTHODOLOGIE**

Nous avons retenu une méthodologie quantitative. Nous avons construit un questionnaire à partir, d'une part, des variables correspondant à la théorie du comportement planifié, revues en fonction des travaux de Kolvereid (1996) et, d'autre part, de variables révélatrices de signes précurseurs d'une intention entrepreneuriale ou susceptibles de dénoter un esprit d'entreprendre (appartenance à une association ; qualification, en termes d'activité du rôle joué dans cette association ; opinions sur le fait qu'une formation à la création d'entreprise soit nécessaire, voire doive être obligatoire) ; enfin, des variables sociodémographiques, caractérisant le contexte familial en particulier (parents entrepreneurs, parents ou proches créateurs d'entreprise), ont été ajoutées. Les réponses aux questions sur les croyances sont des échelles de Likert en sept points. Un processus a été ensuite défini pour administrer ce questionnaire.

Cette contribution s'inscrit dans le cadre d'un programme de recherche plus vaste sur les intentions entrepreneuriales des étudiants. Nous avons ainsi mis en place un Observatoire International des Intentions Entrepreneuriales des Etudiants (OI<sup>2</sup>E<sup>2</sup>) qui dispose d'un site dédié. Ce programme repose sur une cinquantaine de partenaires répartis dans plus de vingt pays et correspond à un échantillon de plus de 10000 réponses.

Pour établir ces analyses, nous avons utilisé les logiciels statistiques SAS et Spad.

Les données que nous étudions ici ont été recueillies entre 2004 et 2009, en France, auprès d'étudiants de l'Ecole des Mines d'Alès, de TELECOM Bretagne (Brest), de TELECOM & Management SudParis (Evry), des universités Pierre Mendès-France et Joseph Fourier (Grenoble), de l'Université Catholique de Lille, des Maisons de l'Entrepreneuriat de Limoges et Nantes et de l'ESC Rennes. Nous ne prenons en compte dans notre échantillon que les étudiants français ayant répondu de manière suffisamment complète au questionnaire. L'échantillon comprend 2488 individus, dont 1655 sont inscrits dans des domaines d'études que nous qualifierons globalement par la suite de SHS (sciences humaines et sociales) et qui



recouvrent le droit, les sciences sociales, l'économie, la gestion, le commerce et le management, les arts, les lettres, les langues et les sciences humaines. Nous avons aussi 833 étudiants, soit le complément, appartenant aux sciences exactes (nous utiliserons l'acronyme SE par la suite pour y faire référence) et inscrits en sciences de la vie et de la santé ou en sciences, ingénierie et technologies. Nous avons donc écarté de notre échantillon les étudiants ne relevant pas de ces deux grands domaines (STAPS ou hôtellerie par exemple). Nous avons redressé l'échantillon à la fois suivant le domaine d'étude (SHS ou SE) et suivant le sexe, pour éviter tout biais lié à celui-ci (puisque de nombreuses études ont montré l'effet de celui-ci sur les intentions entrepreneuriales). Les tableaux suivants donnent les répartitions avant et après redressement.

<b>Répartition du domaine d'étude par sexe <u>avant</u> redressement</b>			
	homme	femme	Répartition en colonne
SHS	45 %	55 %	67 %
SE	69 %	31 %	33 %

**Tableau 1**

<b>Répartition du domaine d'étude par sexe <u>après</u> redressement</b>			
	homme	femme	Répartition en colonne
SHS	50 %	50 %	50 %
SE	50 %	50 %	50 %

**Tableau 2**

Toutes les analyses qui suivent sont faites sur l'échantillon redressé. Pour éviter les faibles effectifs, auxquels sont sensibles les outils statistiques que nous utilisons, nous regroupons les réponses, initialement en sept points, en trois classes : une catégorie de type négatif (pas du tout (d'accord) et pas (d'accord)), une catégorie neutre ou hésitant (plutôt pas (d'accord), indifférent et plutôt (d'accord)) et une catégorie positive ((d'accord) et tout à fait (d'accord)).

## 2.2 DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

Le tableau suivant (tableau 3) résume les principales caractéristiques décrivant le contexte entrepreneurial de l'échantillon.

<i>proportion d'étudiants</i>	<b>SHS</b>	<b>SE</b>
Venant d'un milieu rural	36 %	41 %

ayant un parent créateur d'entreprise	27 %	22 %
ayant déjà travaillé en entreprise	96 %	88 %
Suivant ou ayant déjà suivi une formation à la création d'entreprise	50 %	25 %

**Tableau 3**

Les étudiants de notre échantillon sont légèrement plus âgés en SHS qu'en SE : l'âge est en moyenne de 22.4 ans en SHS, mais avec une dispersion légèrement plus faible (2.3 ans), et de 21.6 ans parmi les étudiants de SE (écart-type de 2.5 ans) ; la moitié de la population a moins de 22 ans en SHS, 21 ans en SE (médiane). Parallèlement, 25 % des étudiants de SHS sont en première ou deuxième année d'études, contre 28 % en SE ; 59 % des étudiants de SHS sont en troisième ou quatrième année (61 % en SE) et 16 % sont en cinquième année ou plus (11 % en SE).

En moyenne, 25 % des pères des étudiants interrogés et 14 % des mères sont, soit exploitant agricole, soit artisan, commerçant ou chef d'entreprise, soit ils exercent une profession libérale. Ce premier chiffre (profession « entrepreneuriale » du père) est légèrement plus élevé pour les étudiants en SHS (27 %) que pour les étudiants en SE (23 %) alors que le deuxième chiffre (profession « entrepreneuriale » de la mère) est proche dans les deux sous-échantillons (14 % pour SHS, 15 % pour SE).

24 % des étudiants ont, en moyenne, un parent qui a créé une entreprise : 27 % pour ceux inscrits en SHS, 22 % pour ceux en SE ; cet écart se creuse lorsque le périmètre est élargi : 57 % des étudiants de SHS connaissent un proche qui a créé une entreprise alors que ce n'est le cas que pour 44 % de ceux en SE. De plus, parmi ceux qui sont dans ce cas, 87 % des étudiants, en moyenne, considèrent ces créations comme des succès (88 % pour les étudiants en SHS, 86 %, soit un peu moins, pour les étudiants en SE).

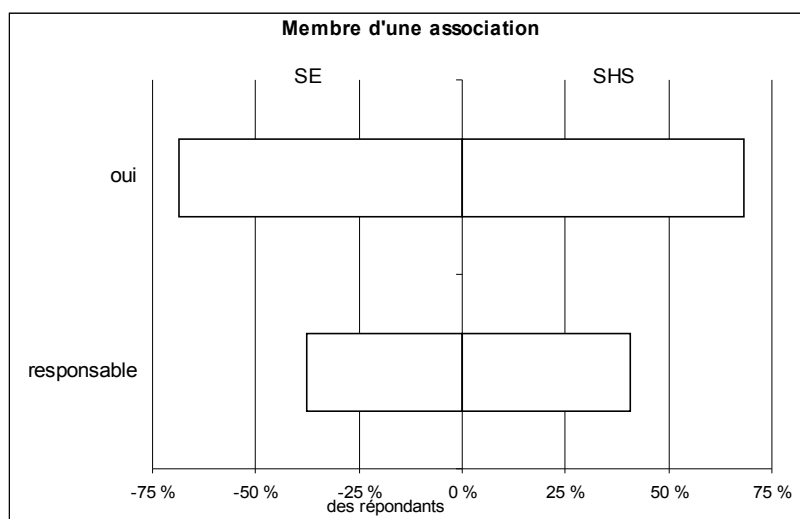
Enfin, bien plus souvent que les étudiants en SE, ceux en SHS ont déjà travaillé en entreprise (96 % pour ceux en SHS contre 88 % pour ceux en SE) et suivent ou ont eu une formation à la création d'entreprise (50 % contre 25 %).

### 2.3 ESPRIT D'ENTREPRENDRE — VISION PARTIELLE

Dans la section suivante, nous nous pencherons plus en détail sur les croyances entrepreneuriales. Nous proposons ici quelques tris à plat sur les éléments de l'esprit d'entreprendre qui ne sont pas des croyances entrepreneuriales.

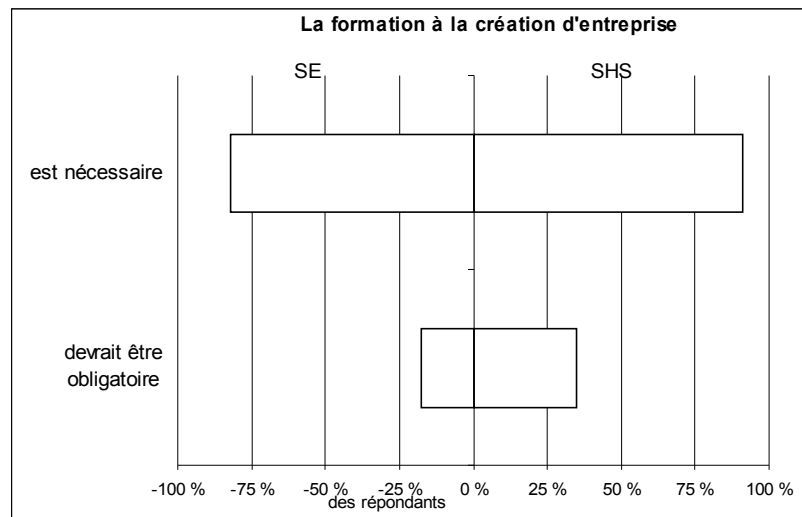
Comme le montre le graphe 1, le taux d'appartenance (présente ou passée) à une association est très proche, quel que soit le domaine d'études (68 % pour les étudiants en SHS, 69 % pour ceux en SE). En revanche, parmi les étudiants membres de ces associations, ceux en SHS sont

un peu plus souvent que ceux en SE plus impliqués et dynamiques dans ces associations puisque 41 % des premiers sont ou ont été à un poste de responsabilité dans une association (président, trésorier, secrétaire général) alors que ce n'est le cas que pour 38 % des étudiants en SE membres d'une association.



**Graphe 1**

Les étudiants en SHS, comme l'illustre le graphe 2, sont un peu plus nombreux que ceux en SE à penser qu'une formation à la création d'entreprise est nécessaire dans leur cursus universitaire (91 % pour les premiers, 82 % pour les seconds). Parmi ceux qui pensent qu'une telle formation est nécessaire, les étudiants en SHS (35 %) sont deux fois plus nombreux que ceux en SE (18 %) à estimer qu'il faudrait la rendre obligatoire. Notons que ces résultats ne sont guère surprenants : un test du  $\chi^2$  montre qu'il y a dépendance entre ces deux variables d'une part, et d'autre part, le fait de suivre ou d'avoir suivi une formation à la création d'entreprise ; or, ceci est le cas deux fois plus souvent pour les étudiants en SHS que pour ceux en SE (50% pour les premiers, 25 % pour les seconds).



**Graphe 2**

### **3 CROYANCES ENTREPRENEURIALES COMPARÉES**

Regardons à présent les croyances entrepreneuriales proposées dans notre questionnaire (23 pour les valeurs professionnelles, le même nombre pour la vision de l'entrepreneuriat et 14 pour les croyances de contrôle). Nous ne sommes donc pas ici au niveau de l'esprit d'entreprendre, mais plus sur une composante forte de celui-ci, composée des croyances entrepreneuriales (et qui correspondent aux antécédents de l'intention dans le modèle du comportement planifié d'Ajzen). Pour chacun des grands types de croyances, nous proposons une représentation graphique des distances entre les étudiants en SHS et ceux en SE pour les différentes croyances (nous ne considérons là que les réponses positives, soit la fréquence d'acceptation de ces items) auxquelles il est fait référence sur le graphique par des numéros ; le lien entre le numéro et la description de la croyance est fait dans le tableau qui suit chaque graphique. Nous avons aussi construit des tests (variable centrée réduite ou écart réduit et  $\chi^2$ ) pour voir si les fréquences de réponse aux différents items étaient significativement différentes entre les étudiants en SHS d'une part, et d'autre part, ceux en SE, ou si, au contraire, ces proportions étant non significativement différentes, nous pouvions conclure que ces deux populations réagissaient de la même manière sur l'item considéré. Nous avons choisi un risque de première espèce de 5 % (nous avons 5 % de chances de nous tromper en disant que les fréquences mesurées sont différentes alors qu'elles sont égales dans les deux sous-populations) pour toutes les valeurs que nous utilisons. Nous ne dirons que deux proportions sont égales que si les deux types de test (écart réduit et  $\chi^2$ ) donnent ce même résultat.

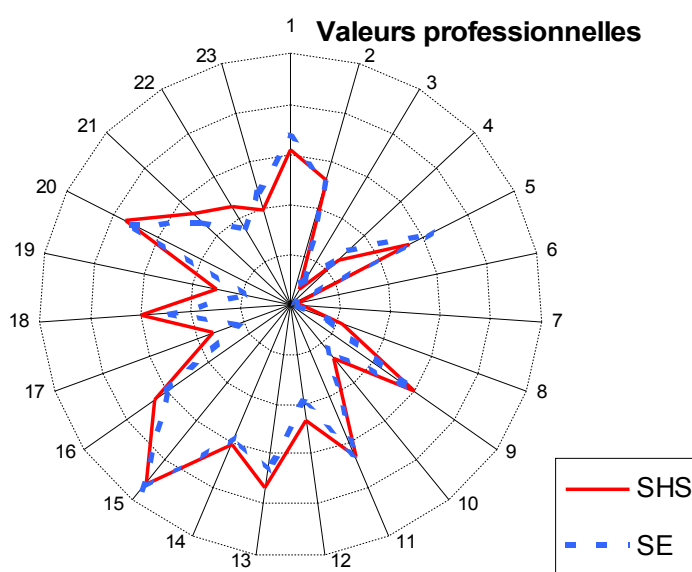
### 3.1 VALEURS PROFESSIONNELLES

En moyenne, l'ensemble des étudiants de notre échantillon accorde le plus d'importance, pour leur future vie professionnelle, à avoir un travail intéressant (ils sont 93 % à valoriser positivement cet item), à réaliser leurs rêves (73 %) et à avoir une perspective de carrière (70 %) : ces éléments relèvent tous du contenu qualitatif du futur travail qui s'inscrit dans une évolution. Viennent ensuite des aspects plus pragmatiques, avec un élément de reconnaissance, 65 % des étudiants trouvent important d'avoir une rémunération en fonction de leur engagement, un élément d'assurance (64 % souhaitent avoir la sécurité de l'emploi), et des aspects plus organisationnels (63 % voudraient être autonomes dans leur travail, 58 % voudraient avoir du temps libre, 54 % des responsabilités).

Globalement, ils n'ont pas peur de la difficulté et de l'engagement dans leur futur travail puisque 55 % d'entre eux trouvent sans importance le fait d'avoir un travail qui demande peu de responsabilités et c'est le cas pour 50 % sur le fait d'avoir un travail simple, peu complexe.

En revanche, ils sont 72 % à hésiter à qualifier pour leur future vie professionnelle le fait de prendre des risques, 64 % disent qu'ils ne savent pas si être leur propre chef est important, 63 % sont dans la même situation pour avoir du pouvoir (sur ces deux derniers éléments en France, il peut y avoir un frein culturel à la révélation) et 63 % encore ne se prononcent pas sur l'importance pour eux de ne pas avoir à trop travailler.

Distinguons à présent ces résultats suivant le domaine d'études. Le graphique suivant (Graphe 3) illustre le fait qu'il y a peu de différences au niveau des croyances autour des composantes de leur future vie professionnelle, entre les étudiants en SHS et ceux en SE.



**Graphe 3**

numéro	Croyances : valeurs professionnelles
1	Avoir la sécurité de l'emploi
2	Avoir un revenu fixe
3	Ne pas avoir à trop travailler
4	Ne pas avoir un travail stressant
5	Avoir du temps libre pour vos loisirs, votre famille, vos amis ...
6	Avoir un travail simple, peu complexe
7	Avoir un travail qui demande peu de responsabilité
8	Prendre des risques
9	Travailler quotidiennement avec d'autres personnes
10	Appartenir à un milieu social reconnu
11	Avoir une rémunération en fonction de votre engagement
12	Gagner beaucoup d'argent
13	Avoir une perspective de carrière
14	Relever des défis
15	Avoir un travail intéressant
16	Etre autonome dans votre travail
17	Etre votre propre chef
18	Avoir des responsabilités
19	Avoir du pouvoir
20	Réaliser vos rêves
21	Mettre en œuvre votre créativité
22	Participer à l'ensemble des activités d'un projet de A à Z
23	Faire quelque chose d'utile pour la collectivité

**Tableau 4**

Le domaine d'étude ne joue pas pour 5 items considérés sous l'angle positif, pour 14 items avec une réponse négative et 8 items avec une modalité neutre (il y a en tout 23 items) ; globalement, c'est surtout quand les étudiants trouvent qu'un élément n'a pas d'importance que domaine d'étude ne joue pas. Ainsi, ce dernier n'engendre pas de comportements différents (à un risque de 5 %, cf. supra) quand les étudiants valorisent, pour leur future vie professionnelle, d'avoir une rémunération fonction de leur engagement, un revenu fixe, de réaliser leur rêves, ou de relever des défis, ou encore d'avoir un travail simple, peu complexe. Ils accordent aussi très peu d'importance, dans les mêmes proportions, quel que soit leur domaine d'études, à gagner beaucoup d'argent, relever des défis, mettre en œuvre leur créativité, faire quelque chose d'utile pour la collectivité, ... Les étudiants, qu'ils soient en SHS ou SE, réagissent encore de la même façon quand ils ne se prononcent pas sur l'importance pour leur futur d'avoir un revenu fixe, une rémunération fonction de leur engagement, de ne pas avoir à trop travailler, d'appartenir à un milieu social reconnu, de ne pas avoir un travail stressant, de réaliser leur rêves, de prendre des risques ou de relever des défis.

Les différences de position se trouvent surtout sur avoir du pouvoir, des responsabilités et être leur propre chef, points pour lesquels les étudiants en SHS sont nettement plus favorables que ceux en SE (peut-être assument-ils mieux cette image d'eux ayant du pouvoir), alors que les

étudiants en SE sont plus nombreux à accorder de l'importance à avoir du temps libre et à faire quelque chose d'utile pour la collectivité.

### 3.2 VISION DE L'ENTREPRENEURIAT

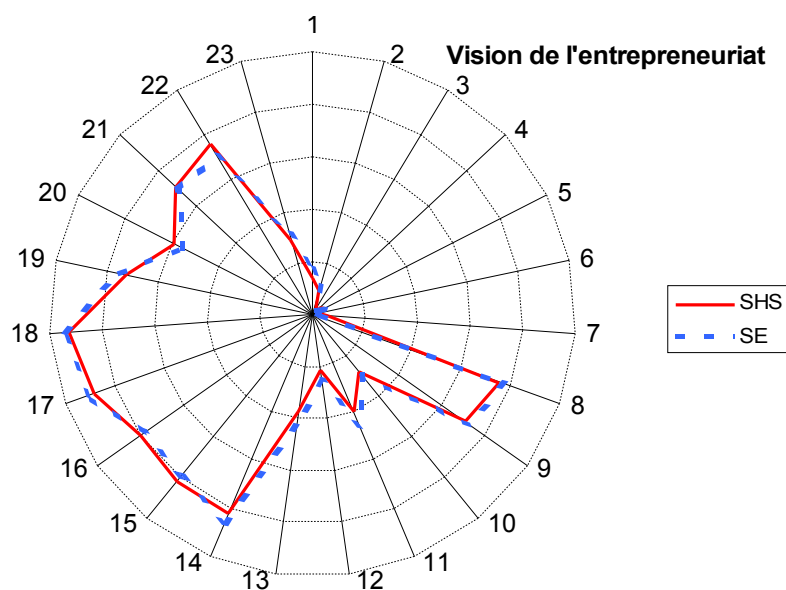
La vision la plus partagée de l'entrepreneuriat par les étudiants tourne autour de l'autonomie dans le travail et des responsabilités et avantages qui en découlent : environ 90 % des étudiants pensent que créer leur entreprise leur permettrait d'avoir des responsabilités et d'être leur propre chef ; 80 % citent l'autonomie et 74 % le pouvoir. Un autre aspect de l'entrepreneuriat qui ressort largement, est l'aspect risqué : 84 % des étudiants disent que l'entrepreneuriat leur permettrait de relever des défis et 77 % de prendre des risques. Enfin, la nature et la qualité du travail du créateur d'entreprise sont généralement valorisées puisque 80 % des étudiants affirment qu'être entrepreneur leur procurerait un travail intéressant, qui leur permettrait de participer à l'ensemble des activités d'un projet (73 % le disent) et de mettre en œuvre leur créativité (70 %). Remarquons aussi que, pour 58 % des étudiants, créer une entreprise leur permettrait de réaliser leurs rêves.

Ils sont aussi plutôt d'accord sur le fait que créer une entreprise est prenant en termes de temps et d'implication (stress en particulier) : cela ne leur permettra pas d'avoir un travail avec peu de responsabilités (77 % le disent) ou simple (56 %), ni de ne pas avoir trop de travail (75 %) ou de ne pas avoir un travail stressant (67 %).

Les points qui les laissent plutôt dubitatifs sont, d'une part, le fait d'être reconnu : 71 % des étudiants ne savent pas si l'entrepreneuriat leur apportera le gain de beaucoup d'argent, l'appartenance à un milieu social reconnu (67 %) ou de faire quelque chose d'utile pour la collectivité (66 %). D'autre part, ils sont plutôt hésitants sur la stabilité que pourrait leur procurer l'entrepreneuriat : 63 % ne se prononcent pas sur la sécurité de l'emploi, 62 % sur un revenu fixe.

Le graphe suivant (Graphe 4) qui présente les différents éléments d'approbation dans la vision de l'entrepreneuriat suivant le domaine d'études illustre le fait que le domaine d'étude a un faible impact sur ce type de croyances. Les résultats des tests permettent en effet de conclure que les étudiants approuvent l'apport de 13 items sur 23 pour la création d'entreprise de la même façon, qu'ils soient en SHS ou en SE (quantité du travail : avoir un travail simple, ne pas avoir trop de travail, avoir du temps libre ; stabilité avec un revenu fixe ; qualité du travail : mettre en œuvre sa créativité, travail intéressant, sans trop de stress, avec de l'autonomie et du pouvoir ; opinion de l'environnement : utile pour la collectivité,

appartenance à un milieu social reconnu), hésitent de la même façon à propos de 19 items sur 23 et estiment que la création d'entreprise ne leur apporterait pas 16 éléments (sur 23), sans distinction suivant leur domaine d'études.



Graphique 4

numéro	Croyances : vision de l'entrepreneuriat
1	Avoir la sécurité de l'emploi
2	Avoir un revenu fixe
3	Ne pas avoir à trop travailler
4	Ne pas avoir un travail stressant
5	Avoir du temps libre pour vos loisirs, votre famille, vos amis ...
6	Avoir un travail simple, peu complexe
7	Avoir un travail qui demande peu de responsabilité
8	Prendre des risques
9	Travailler quotidiennement avec d'autres personnes
10	Appartenir à un milieu social reconnu
11	Avoir une rémunération en fonction de votre engagement
12	Gagner beaucoup d'argent
13	Avoir une perspective de carrière
14	Relever des défis
15	Avoir un travail intéressant
16	Etre autonome dans votre travail
17	Etre votre propre chef
18	Avoir des responsabilités
19	Avoir du pouvoir
20	Réaliser vos rêves
21	Mettre en œuvre votre créativité
22	Participer à l'ensemble des activités d'un projet de A à Z
23	Faire quelque chose d'utile pour la collectivité

Tableau 5

Le domaine d'étude engendre quelques rares différences de la vision de l'entrepreneuriat : les étudiants en SE ont une vision plus positive que ceux en SHS sur les perspectives de carrière, les possibilités de participer à un projet de A à Z, de gagner beaucoup d'argent ou d'être leur propre chef.

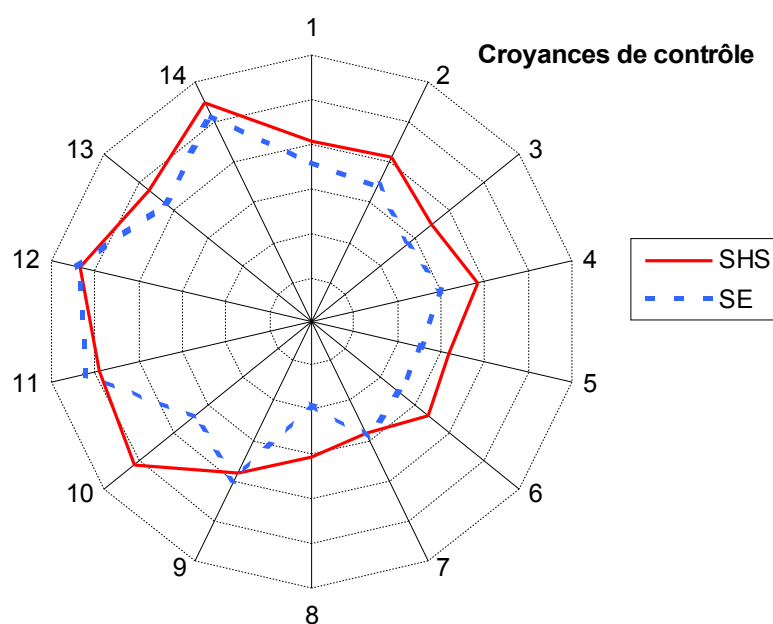


### 3.3 CROYANCES DANS LA CAPACITÉ À ENTREPRENDRE

En moyenne, il y nettement moins de consensus sur les croyances de contrôle : en effet, alors que nous comptons, pour les croyances sur la vision de l'entrepreneuriat, 10 items approuvés par plus de 70 % de la population et pour celles liées aux valeurs professionnelles 2 items approuvés par plus de 70 % de la population et 6 par plus de 60 %, aucun des éléments que nous proposons comme reflet d'une capacité à entreprendre ne recueille un avis favorable auprès de plus de 55 % de la population. Entre 50 et 55 % des étudiants se sentent capables d'accomplir seulement 3 tâches critiques liées à la création d'entreprise (trouver des personnes compétentes pour travailler avec eux, manager, consacrer tout son temps et son énergie au projet).

En revanche, pour chacune des 14 tâches proposées, au moins 40 % des étudiants ne savent pas s'ils en sont capables ou pas. Ils sont en particulier nombreux à hésiter à se prononcer sur leur capacité à identifier les informations pertinentes sur les marchés et les clients (c'est le cas pour 67 % des personnes interrogées), trouver un financement - attirer des actionnaires (66 %), obtenir un financement bancaire (65 %) ou des fonds de proximité (62 %)- ou estimer les risques du projet (60 %).

Sur ce type de croyances, le domaine d'études a une influence assez nette comme le montre le Graphe 5, où le domaine d'études détermine deux surfaces, correspondant à ces croyances, nettement distinctes.



**Graphe 5**

numéro	Croyances de contrôle
1	Identifier une idée de produit ou de service
2	Estimer les risques du projet
3	Identifier les informations pertinentes sur les marchés et les clients
4	Identifier les informations pertinentes sur les concurrents
5	Estimer les besoins financiers du projet
6	Obtenir un financement bancaire
7	Obtenir des fonds de proximité
8	Attirer des actionnaires
9	Trouver des personnes et organismes compétents pour vous aider et vous conseiller
10	Effectuer les formalités administratives liées à la création de l'organisation
11	Consacrer tout votre temps et votre énergie au projet
12	Trouver des personnes compétentes pour travailler avec vous
13	Planifier votre démarche de création
14	Manager des hommes

**Tableau 6**

Ainsi, les comportements des étudiants, quel que soit leur domaine d'études, ne sont les mêmes que pour 4 tâches sur 14, lorsqu'ils s'en sentent capables ou lorsqu'ils hésitent à se prononcer, et pour 6 tâches (sur 14) lorsqu'ils ne sentent pas capables. Quelle que soit leur réponse, les étudiants, quel que soit leur domaine d'études, se jugent de la même façon seulement pour trouver des personnes compétentes pour travailler avec eux et pour trouver des personnes et organismes compétents pour les aider et conseiller.

En revanche, les étudiants en SHS se trouvent plus souvent compétents que ceux en SE sur de nombreux items ; sur ce point, il semblerait que, d'une part, nombre de ces éléments sont apparentés de manière plus ou moins proche à au domaine d'études des premiers, et d'autre part, comme nous l'avons vu supra, ceux-ci suivent ou ont suivi une formation à la création d'entreprise deux fois plus souvent que ceux en SE : en particulier, les étudiants en SHS se sentent plus souvent capables d'effectuer les formalités administratives liées à la création, d'identifier des informations pertinentes sur les concurrents et sur les clients, d'obtenir un financement bancaire, ou d'estimer les risques du projet et ses besoins financiers.

Quand ils ne se sentent pas capables, c'est surtout au niveau d'effectuer les formalités administratives liées à la création et de consacrer tout leur temps et leur énergie au projet qu'il y a des différences liées au domaine d'études ; quand ils hésitent, le domaine d'études joue surtout au niveau d'effectuer les formalités administratives liées à la création, d'obtenir un financement bancaire, d'attirer des actionnaires et d'estimer les risques du projet.

#### **4 LES FACTEURS STRUCTURANTS DE L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE**

Les croyances entrepreneuriales sont donc relativement peu influencées par le domaine d'études : dans la section précédente, nous avons vu que, quel que soit le domaine d'études, SHS ou SE, la vision de l'entrepreneuriat est très proche pour ces deux groupes d'étudiants, les valeurs professionnelles sont, elles aussi, assez proches ; seules les croyances de contrôle sont différenciées. Elargissons à présent notre approche en revenant à l'esprit d'entreprendre. Pour comprendre comment il est constitué et les variables qui jouent dans ce phénomène, nous recourons, dans cette section, à des techniques d'analyses des données (ACM) qui nous permettent de prendre en compte le caractère multidimensionnel du phénomène. Nous pouvons ainsi analyser de manière simultanée de nombreuses variables afin d'obtenir une vision plus globale et dénuée d'a priori de l'esprit d'entreprendre, pour comprendre comment il est formé, en identifiant les variables qui le structurent.

Pour l'Analyse des Correspondances Multiples (ACM), qui s'applique aux variables qualitatives, les individus caractérisés par leurs variables individuelles et l'ensemble de leurs croyances entrepreneuriales, sont projetés sur un sous-espace, choisi pour déformer le moins possible la structure du nuage d'origine des individus. Les axes définissant ce sous-espace structurent ce nuage ; ils sont ordonnés par importance et peuvent être interprétés à l'aide des variables initiales dont ils sont des combinaisons linéaires. Nous appliquons donc cette technique à notre échantillon global. Nous décrivons infra les résultats de l'ACM, les facteurs structurants.

Nous effectuons l'ACM sur douze questions actives (qui correspondent à 48 modalités), trois sont des croyances sur la vie professionnelle, cinq des croyances sur la vision de l'entrepreneuriat et quatre ressortent du contrôle perçu. Ces variables ont été choisies car elles permettent d'obtenir des axes structurants de meilleure qualité. Elles permettent donc de définir un sous-espace interprétable ; les variables non retenues parmi les variables actives seront aussi projetées sur ce sous-espace et permettront de valider et de compléter l'interprétation.

Nous choisissons de retenir quatre<sup>2</sup> axes principaux pour expliquer l'esprit d'entreprendre observé sur notre échantillon. Le déterminant le plus important de l'esprit d'entreprendre des étudiants est construit autour de l'existence de choix de vie professionnelle future ; vient

---

<sup>2</sup> A ces quatre axes correspondent 31 % de l'inertie ; attention nous avons fait une ACM et cette dernière ne s'interprète pas comme pour une ACP.

ensuite la capacité perçue de mener un projet de création d'entreprise, puis les différents types de vision de l'entrepreneuriat ; enfin jouent les choix de vie professionnelle et leurs effets sur l'éloignement par rapport à l'entrepreneuriat.

#### 4.1 IMPLICATION DANS UNE FUTURE VIE PROFESSIONNELLE

Le premier axe, donc le plus structurant de l'esprit d'entreprendre, oppose principalement des étudiants qui ne se prononcent pas sur ce qu'ils souhaiteraient pour leur future vie professionnelle, à des individus qui savent tout à fait ce qu'ils veulent dans ce domaine. Les premiers, qui hésitent à se déterminer par rapport à des éléments de leur futur professionnel, même s'ils paraissent très simples et directs (avoir un travail avec peu de responsabilités ou ne pas avoir à trop travailler par exemple) ne se positionnent pas non plus par rapport à l'entrepreneuriat et ne savent pas s'ils se sentent capables ou pas de monter une entreprise. Nous pourrions les qualifier d'immatures quant à leur future vie professionnelle, sur laquelle ils ne se projettent pas (encore). A l'opposé, se trouvent des personnes qui ont réfléchi à leur future vie professionnelle dans laquelle elles s'impliquent en faisant des choix : elles n'accordent pas d'importance à tout ce qui tourne autour de la quantité de travail (ne pas avoir à trop travailler) ou au fait d'avoir un travail trop prenant (ne pas avoir un travail stressant, avoir un travail avec peu de responsabilité, simple), mais, au contraire, valorisent un travail exigeant une relativement forte implication de leur part (avoir des responsabilités, prendre des risques), montrant ainsi une certaine ambition dans leur future vie professionnelle (être son propre chef, relever des défis, avoir du pouvoir). Celles-ci, bien qu'elles se sentent capables de créer une entreprise, ont une perception globalement plutôt négative de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise est plutôt vécue comme une contrainte, même si cette dernière exige, ils le reconnaissent, relativement beaucoup de travail et du travail prenant, c'est-à-dire ce qu'ils souhaitent.

#### 4.2 CAPACITÉ PERÇUE

Le deuxième facteur le plus important dans la constitution de l'esprit d'entreprendre tourne autour de la capacité perçue. D'un côté, nous trouvons des étudiants qui ont un sentiment de contrôle perçu positif de leur capacité à créer une entreprise, tant globale (efficacité personnelle) que par rapport à des tâches critiques précises liées à l'entrepreneuriat, et ce, dans tous les domaines (estimer les besoins financiers, identifier les informations pertinentes sur les concurrents,, obtenir un financement bancaire, effectuer les formalités administratives

pour le création, trouver des personnes et organismes qui puissent aider et conseiller, trouver des personnes compétentes pour travailler, manager). A l'opposé, sont des étudiants qui ne se pensent pas capables de créer une entreprise, en particulier, par rapport aux tâches critiques proposées, ils s'en jugent incapables et ne s'estiment pas capables globalement de créer. De manière assez conséquente, ces derniers ont une vision plutôt négative de l'entrepreneuriat qui ne leur apporterait pas grand-chose de positif mais serait plutôt source de contraintes (telles que manque de temps libre, responsabilités importantes, stress).

#### 4.3 LES DIFFÉRENTS TYPES DE VISION DE L'ENTREPRENEURIAT

Le troisième axe propose un éventail des différentes visions de l'entrepreneuriat. Aux extrémités, nous trouvons d'un côté, des étudiants qui ont une vision plutôt floue de l'entrepreneuriat (i.e. ils ne savent pas ce que cela pourrait leur apporter) et, de l'autre côté, des personnes qui ont une perception plutôt positive de l'entrepreneuriat mais singulière et bien typée : pour eux, la création d'entreprise est plutôt vue comme un outil aisément maîtrisable, engendrant de nombreux éléments positifs et leur permettant de réaliser leurs choix de vie professionnelle future : créer une entreprise leur apporterait un revenu fixe et élevé, la sécurité de l'emploi, du temps libre, pas trop de travail, peu de stress et de responsabilité. Notons que ce sont bien ces éléments-là qu'ils valorisent pour leur future vie professionnelle. Toutefois, ils ne se sentent pas capables de créer une entreprise.

#### 4.4 CHOIX DE VIE PROFESSIONNELLE ET ÉLOIGNEMENT À L'ENTREPRENEURIAT

Le dernier axe structurant de l'esprit d'entreprendre que nous prenons en compte présente diverses raisons de l'éloignement par rapport à l'entrepreneuriat à travers la vision que se font les personnes de celui-ci. Il confronte en effet, d'une part, des étudiants qui affichent une certaine ambition pour leur future vie professionnelle (avoir des responsabilités, être son propre chef, relever des défis), qui ont une vision plutôt neutre de l'entrepreneuriat (ils ne savent pas si cela leur apporterait tel ou tel item), mais ne se sentent pas capables de créer une entreprise (en particulier ils se jugent incapables dans le domaine financier : estimer les besoins financiers du projet, trouver un financement bancaire) à, d'autre part, des étudiants qui semblent plutôt privilégier leur vie hors travail par rapport à une certaine ambition dans leur future vie professionnelle. Pour celle-ci, ils valorisent surtout de ne pas avoir trop de travail, de ne pas avoir de stress et de disposer de temps libre pour leurs loisirs, famille, amis. Ces choix expliquent qu'ils ont une vision plutôt négative de l'entrepreneuriat qu'ils

perçoivent plutôt comme l'ajout de contraintes dans leur future vie professionnelle. Pour eux, les choix de vie professionnelle / privée sont plus déterminants pour la constitution de leur vision de l'entrepreneuriat que leur capacité perçue sur laquelle ils ne se prononcent pas (ils se savent pas s'ils se sentent capables ou pas de créer une entreprise).

## **5 DISCUSSION ET CONCLUSION**

Les statistiques descriptives de la section 3 nous ont permis d'affirmer que le domaine d'études des étudiants avait peu d'impact sur la nature de leurs croyances entrepreneuriales. Seule pouvait être notée une petite différence au niveau des croyances de contrôle quand nous comparions les fréquences pour chaque item dans chaque population.

Dans la section 4, nous avons cherché les facteurs structurant de l'esprit d'entreprendre, qui est une notion plus large, englobant les croyances entrepreneuriales. Le recours à une approche multidimensionnelle nous a permis de montrer que les facteurs structurants de l'esprit d'entreprendre sont essentiellement basés sur les croyances entrepreneuriales, et, plus particulièrement, sur deux catégories de celles-ci, les croyances d'attitude et les croyances de contrôle. Les aspects qui, au-delà des croyances entrepreneuriales, définissent l'esprit d'entreprendre ne jouent pas un grand rôle dans la structuration de celui-ci.

Par ailleurs, et comme les résultats de la section 3 pouvait nous conduire à le penser, le domaine d'études n'est pas non plus une variable qui déterminerait une certaine composition ou un certain niveau de l'esprit d'entreprendre. Les étudiants en SHS présentent le même esprit d'entreprendre que les étudiants en SE.

Remarquons que, quand nous interprétons les facteurs propres composites issus de l'ACM, nous utilisons les modalités des variables initiales qui contribuent le plus à la détermination de ces axes (variables actives) ou qui ont les plus fortes liaisons avec ces axes (tests de Fisher-Snedecor pour les variables supplémentaires). Ceci nous permet de filtrer notre interprétation et de nous consacrer aux phénomènes les plus marquants. Restent d'autres éléments jouant en arrière plan un rôle mineur qu'il est tout à fait normal de ne pas prendre en compte dans le commentaire des axes structurant de l'esprit d'entreprendre. Notons ainsi, sur le premier axe, qui est construit sur l'implication dans une future vie professionnelle, que d'autres variables interviennent avec des valeurs test entre trois et cinq fois plus faibles que celles des variables que nous avons utilisées pour l'interprétation dans la section précédente ; ces valeurs test sont significatives (supérieures à 2) même si elles sont, comparativement aux autres, faibles. Ainsi,

du côté des étudiants impliqués dans leur future vie professionnelle (caractéristique forte), nous trouvons plutôt des étudiants en SHS, ayant été ou étant responsables d'association, pensant qu'une formation à la création d'entreprise devrait être obligatoire (caractéristiques faibles de second plan), alors que les étudiants en SE (caractéristique faible) sont plutôt du côté des étudiants non impliqués dans leur future vie professionnelle. Le domaine d'études intervient encore sur le deuxième axe lié à la capacité perçue, mais toujours de manière faible (valeurs test inférieures de trois à quatre fois) par rapport aux phénomènes principaux : les étudiants en SHS sont du côté de la capacité perçue positive, ceux en SE du côté de la capacité perçue négative. Le domaine d'études ne détermine pas les troisième et quatrième axes que nous avons retenus et commentés dans la section 4.

Puisque nous montrons ainsi que l'esprit d'entreprendre, pris dans sa globalité, n'est guère lié au domaine d'études, plusieurs pistes de prolongement liées aux formations à l'entrepreneuriat et à leur contenu peuvent être faites.

Tout d'abord, il pourrait être intéressant de chercher à mesurer l'impact sur l'esprit d'entreprendre de la formation, telle qu'elle est aujourd'hui dispensée et telle que nous pouvons, en particulier dans cette contribution, la percevoir et en mesurer les effets. A priori, elle semble, en effet, avoir peu d'impact sur l'esprit d'entreprendre des étudiants de notre échantillon : dans notre échantillon, il y a deux fois plus d'étudiants en SHS qui ont suivi une formation à la création d'entreprise que d'étudiants en SE (50 % des premiers sont dans ce cas contre 25 % des seconds) ; parmi ceux-ci, ils sont autour de 40 % à avoir suivi une formation à la création d'entreprise lors de leurs années d'études précédentes, mais plus pour ceux en SHS (42 % soit, au total, 228 individus redressés) qu'en SE (33 % soit 96 individus), soit à avoir eu le temps d'assimiler les notions ; nous restons donc, grosso modo, dans les mêmes proportions de 2 à 1 (un peu moins de 1 en fait). Un suivi plus important d'une formation à la création d'entreprise pour les étudiants en SHS ne semble pas transparaître à travers le niveau ou la nature de l'esprit d'entreprendre (si ce n'est comme des éléments d'arrière plan éventuellement) puisque l'esprit d'entreprendre est globalement le même quel que soit le domaine d'études. Certes, nous ne pouvons écarter l'hypothèse selon laquelle d'autres « frottements », liés au domaine d'études, interviendraient, plus forts pour les étudiants en SHS que ceux en SE, contrecarrant ainsi l'effet de cette formation sur l'esprit d'entreprendre. Il faudrait imaginer quels pourraient être ces freins et chercher à les identifier.

Par ailleurs, à partir du moment où le domaine d'études n'intervient pas dans la constitution de l'esprit d'entreprendre, il paraît légitime de construire des modules de formation à la

création d'entreprise qui soient les mêmes quel que soit le public, étudiants en SHS ou étudiants en SE.

Enfin, au vu des facteurs structurants de l'esprit d'entreprendre, pour, d'une part, espérer avoir un impact non négligeable sur l'esprit d'entreprendre, et, d'autre part, optimiser l'effet de la tenue de modules de formation à la création d'entreprise sur l'esprit d'entreprendre, la formation devrait d'abord s'attacher à impliquer les étudiants dans leur future vie professionnelle. Comme nous l'avons vu supra, cet élément est l'aspect structurant majeur de l'esprit d'entreprendre ; sans une projection « raisonnable » de l'étudiant sur son avenir professionnel, la formation ne peut rester que quasiment sans effet sur l'esprit d'entreprendre. Les modules de formation devraient donc pouvoir, avant d'aborder les notions propres à la création d'entreprise, s'appuyer sur d'autres modules ou parties de modules où seraient mis en œuvre des mécanismes permettant une meilleure implication des étudiants dans leur future vie professionnelle. Ce stade, absolument essentiel à l'efficacité d'une formation à la création d'entreprise sur l'esprit d'entreprendre, devrait être suivi par l'apprentissage plus classique de techniques permettant d'accroître la capacité perçue de créer une entreprise (deuxième axe structurant), avant de passer à la découverte de l'entrepreneuriat proprement dit (troisième facteur structurant). Telle n'est pas aujourd'hui la vocation des maisons de l'entrepreneuriat ou des structures dispensant ces formations. Ce type de formation n'est, en effet, pas a priori spécifique à la création d'entreprise mais devrait appartenir à un socle de base et faire partie des actions générales menées à renforcer pour améliorer l'insertion professionnelle future des étudiants.



## Références bibliographiques

- Ajzen, I, Madden. T.J (1986), "Prediction of goal-directed behavior: attitudes, intentions and perceived behavior control", *Journal of Experimental Social Psychology* 22, 453-474.
- Ajzen, I. (1987), « Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology », *Advances in experimental social psychology*, 20, 2-63.
- Ajzen, I. (1991), « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002), « Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior », *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 665-84.
- Audet J. (2004), « A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students », *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 10, n° 1 et 2, p. 3-16.
- Bachelet R, Verzat C, Frugier D, Hannachi A (2004) « Mesurer l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs », 3ème congrès de L'Académie de l'entrepreneuriat
- Bandura, A. (1977), « Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Bandura, A. (1982), "Self-efficacy mechanism in human agency", *American Psychologist*, 37(2), 122-147
- Boissin J-P. (sous la dir.), (2003) *Le concept de Maison de l'Entrepreneuriat – un outil d'action pour l'initiative économique sur les campus*, Contrat Ministère de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche, Université Pierre Mendès France (Grenoble II – Sciences sociales), Décision n° 02 M 5517, Avril. <http://www.grenoble-universite-recherche.org/mde>
- Boissin J-P. (sous la dir.), (2006), *Du concept à la mise en œuvre des « Maison de l'Entrepreneuriat »*. Agir pour l'initiative économique sur les campus, Etude dirigée par Jean-Pierre Boissin pour la Direction de la Technologie du Ministère français de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche. <http://www.grenoble-universite-recherche.org/mde>
- Boissin, J-P., Chollet, B., Emin, S. (2007), « Explaining the intention to start a business among French students: a closer look at professional beliefs », in *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Edited by A. Fayolle, Published by Edward Elgar, vol.2, chap. 17, p. 266-281
- Boissin, J-P., Chollet B., Emin, S. (2008), « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux », *Revue Française de Gestion*, vol.34, n°180, p. 25-43.
- Boissin, J-P., Emin, S. (2007), « Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations », *Gestion 2000*, vol.24, n°3, p. 25-42.
- Emin S. (2006), « La création d'entreprise : une perspective attractive ? », *Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 9, n°3, septembre, 39-65.
- Harshorn C, Hannon P. (2002) « Paradoxes in entrepreneurship education: chalk and talk or talk and cheese? », 25th ISBA National Small Firms Conference
- Kolvereid L. (1996), « Prediction of employment status choice intentions », *Entrepreneurship Theory & Practice* (Fall), pp 47-57.
- Krueger N.F., Reilly. M.D., Carsrud A.I. (2000), « Competing models of entrepreneurial intentions », *Journal of business venturing*, vol.15, n°5/6, p.411-432.

Léger-Jarniou C. (2001), « A propos de promotion auprès des jeunes – esprit d’entreprise ou esprit d’entreprendre ? », Actes du Forum L’entrepreneuriat dans la Grande Région, Luxembourg.

Leicht C.M., Harrison R.T (1999) “A process model for entrepreneurship education and development », *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, n°3.

Senicourt P. et Verstraete T. (2000), « Apprendre à entreprendre. Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif », *Reflets et Perspectives*, XXXIX, vol. 4, p.1-10.

Shapero, A. and L. Sokol (1982), « The social dimension of entrepreneurship, in: The encyclopedia of entrepreneurship », in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Kent, C.A., D.L. Sexton & K.H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 72-90.

Tkachev, A. et L. Kolvereid (1999), « Self-employment intentions among Russian students », *Entrepreneurship & Regional Development* vol. 11, p. 269-280.

Tounés A. (2003), « L’intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d’écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE », Thèse pour l’obtention du doctorat en sciences et gestion, Université de Rouen.